

Зміст

ЧАСТИНА І.

РЕКЛАМА В КООРДИНАТАХ МАРКЕТИНГУ

Розділ 1. Для чого існує реклама.....	6
Роль реклами в підприємницькій діяльності.....	6
Античні й радянські корені сучасної реклами.....	13
Особливості рекламного процесу в міжнародному контексті та в Україні.....	19
Видатні діячі світової реклами.....	26
Розділ 2. Сучасна реклама – невід’ємна частина маркетингу... ..	34
Роль маркетингових комунікацій у просуванні товару.....	34
Властивості товару з погляду маркетингу та реклами.....	40
Основні критерії вибору.....	44
Рекламна кампанія як цілісна покрокова стратегія.....	47
Медіапланування – точна наука.....	55
Розділ 3. Психологічні аспекти маркетингу.....	62
Вивчення цільової аудиторії.....	62
Споживча поведінка у різних культурах.....	68
Агресивний маркетинг.....	77
Реклама і суспільна свідомість.....	80
Розділ 4. Паблік релейшнз – створення іміджу.....	86
Історія технологій впливу на громадську думку.....	86
Методи впливу на суспільну свідомість.....	93
Статейний формат – інструмент public relations.....	103
Конфлікти та скандали як засоби піару.....	108

ЧАСТИНА ІІ.

РЕКЛАМА В КООРДИНАТАХ МЕНЕДЖМЕНТУ

Розділ 1. Діяльність рекламного агентства.....	114
Які послуги надають рекламні агентства.....	114
Хто є хто в рекламному агенстві.....	120
Організаційна схема рекламного агентства.....	129
Прийоми роботи з клієнтом.....	134

Розділ 2. Бренд – головна «дійова особа» реклами.....	140
Розвиток іміджу торгової марки.....	140
Основні поняття брендінга.....	148
Різні підходи до створення брендів в Америці та Японії.....	161
Українські бренди: минуле, сьогодення та майбутнє.....	165
Розділ 3. Засоби рекламного інформування.....	174
Директ-маркетинг, або особисті прямі продажі.....	174
Телевізійна реклама.....	182
Реклама на радіо.....	185
Публікації у пресі.....	188
Особливості зовнішньої реклами.....	190
Реклама на транспорті.....	196
Поліграфічна реклама.....	198
Реклама в Інтернеті.....	202
Розділ 4. Керування просуванням.....	210
Інструменти стимулювання збуту.....	210
Ефективні рекламні акції.....	215
Що таке грамотно проведена презентація.....	221
Виставка – техніка керування продажами.....	223
ЧАСТИНА III.	
РЕКЛАМА В КООРДИНАТАХ КРЕАТИВУ	
Розділ 1. Реклама – масове мистецтво XXI століття.....	228
Роль реклами в сучасному суспільстві.....	228
Креатив та рекламна діяльність.....	232
Творчі методики рекламистів.....	239
Правила проведення мозкового штурму.....	250
Розділ 2. Дизайн у рекламі як засіб комунікації.....	259
Особливості рекламного дизайну.....	259
Принципи та прийоми роботи дизайнера.....	265
Рекламний текст і шрифт.....	270
Колірні асоціації у рекламі.....	282
Розділ 3. Фірмовий стиль – обличчя компанії.....	291
Що таке фірмовий стиль і для чого він потрібний.....	291
Основні компоненти фірмового стилю.....	297

Корпоративний герой.....	301
Особливості розробки імен та назв.....	306
Розділ 4. Напрямки розвитку сучасної реклами.....	315
Реклама для чоловіків і жінок.....	315
Як змусити споживача посміхнутися.....	321
Рекламні технології майбутнього.....	325
Список літератури.....	330